

Поскольку проект носит открытый коммуникативный характер *non finito* и потенциально автором может стать любой желающий, то к реально осуществляющейся уже сейчас версии проекта может присоединиться каждый, кто находится или хочет находиться в этой конкретной коммуникативной реальности современной эстетики.

Полезные ссылки: «Обращение», «Обоснование концепции», «Инструкция», «Лист персональных данных», «Слоганы и образ проекта» — по персональному запросу на адрес: bvo51@rambler.ru или BorisOrlov51@gmail.com

Першина Т.А.

Екатеринбург,

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

РАЗМЫВАНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАК СЛЕДСТВИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ИЗБЫТОЧНОСТИ

Статья посвящена одной из глобальных проблем современной культуры — нравственности. Автор акцентирует внимание на социальных условиях возникновения переоснащения видения, приводящего к беспорядочности и хаосу в визуальной среде, вследствие чего возникает считывание ложных ценностных ориентиров.

Ключевые слова: нравственность, визуальная избыточность, нравственные ценности, визуальная коммуникация, эстетический шок, китч, массовая культура.

The article is dedicated to one of global problems of modern culture — morality. The author focuses on the social conditions of emergence of revision, leading to messiness and chaos in the visual environment, causing a false reading of values.

Першина Т.А. Размывание нравственных ценностей как следствие визуальной...

Keywords: morality, visual redundancy, moral values, visual communication, aesthetic shock, kitsch, mass culture.

Российское общество на сегодняшний день находится в сфере духовного кризиса, содержание и направленность определяются установленными тенденциями, направленными на модернизацию, виртуализацию, информатизацию, визуализацию и т.д., что вследствие переоснащения приводит к смене ценностных ориентаций граждан.

В избыточности визуальных образов, можно заметить размывание нравственных ценностей, таких как доброта, честность, справедливость и т.д., на базе которых формируется облик современного человека, определяется система жизненных ориентиров: семья, искусство, литература, патриотизм, социальная солидарность, гражданственность, образование и др.

В отечественной философии духовно-нравственные вопросы рассматривали мыслители гуманисты Н.А. Бердяев, Ф.М. Достоевский, М.В. Ломоносов, К.Д. Ушинский.

В своей философии Николай Александрович Бердяев отмечает, что дух есть не составная часть человеческой природы, а есть высшая качественная ценность. «Завоевание духовности есть главная задача человеческой жизни» [1].

С.И. Ожегов в современном толковании рассматривает понятие нравственность, как правила, определяющие поведение, духовные и душевные качества, необходимые человеку в обществе, а также выполнение этих правил.

Хаос и беспорядочность в визуальной среде, отсутствие социальной политики в визуальной коммуникации привело к тому, что граждане стали считывать ложные ценности и нормы массовой культуры. Подача сообщений распространяется графическими средствами с помощью подвижных и недвижимых изображений, визуальных образов, семиотических знаков, цвета, орнаментов, рисунка шрифта и т.п. В.Д. Курушин рассматривает визуальную коммуникацию, как способ общения, взаимодействия между людьми, которые осуществляются с помощью зрительно воспринимаемых образов [3]. Ценности, как характеристики отношения че-

ловека к объекту, могут усваиваться через визуальное восприятие на уровне сознания и подсознания, определяя через данные образы модели поведения.

В своей работе «Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир» В.М. Розин рассматривает дилеммы визуального восприятия, а так же эволюцию видения в разных культурах. Выдвигает на обоснованном историческом материале гипотезу о том, что видение (художественное и обычное) эволюционирует под влиянием как собственно культурных факторов и изменений, так и ряда причин имманентного характера: изменения техники визуализации, способов знакового и символического выражения, смены визуальных тематизмов и т.д. [5]. Через ряд таких процессов под влиянием социально-исторических факторов, организуются ценностные установки в соответствии с нравственными ориентирами, принципами и идеалами человека.

Проблемы нравственности активно выделяют международные организации и объединения, ООН, мировая пресса. К ним относят: создание мирового общества как общества нравственной культуры и справедливости; постоянное сообщение всем людям планеты важнейших и основополагающих базовых общечеловеческих моральных знаний; укрепление общественной нравственности в целом и ее правовую защиту непосредственное нравственное просвещение всех народов; разъяснение нравственных проблем.

В статье А.В. Юревича и Д. В. Ушакова «Нравственность в современной России» по результатам социологических опросов, падение нравов воспринимается нашими согражданами как одна из главных проблем современной России, авторы констатируют «порчу нравов» в качестве одной из худших тенденций [7].

Решение нравственных проблем связано с необходимостью серьезной переоценки происходящих в человеческом обществе процессов.

Влияние визуальной коммуникации, как наиболее из самых эффективных способов донесения информации до общества, может формировать позицию индивида, закладывать установки и модели поведения в подсознание масс.

Согласно статистике исследования «Wyzowl», всего 20% людей запоминают прочитанный ими материал, и лишь 10% помнят то, что услышали. Исследования показали, что 80% людей помнят то, что они видели и что делали. Визуальная информация обрабатывается мозгом человека в 60 000 раз быстрее, чем простой текст — очевидно, что визуальное общение в разы превосходит вербальное по эффективности.

Учитывая факт универсальности и быстроты потребления визуальной информации, в постмодернистской эпохе только подчеркивается принадлежность общества к «визуальной культуре». Переоснащение зрительного восприятия все больше нагружается яркими образами, проникающими в наше сознание с помощью цифровых технологий. Визуальные образы преследуют современного человека повсюду. Они прорываются сквозь оболочку индивидуальной защиты и оказывают мощное воздействие. Например, образы, позволяющие успешно достичь материальных ценностей все больше получают поддержку молодежи.

Выдающийся польский социолог Петр Штомпка в своих трудах отмечает, что богатство образов в нашем повседневном опыте приводит к формированию новых форм восприятия, нового склада мышления и постижения мира. Образуется «нагромождение визуальной информации и привычка потребления образов». Люди поддаются «экстазу коммуникации», становясь пассивными экранами хаоса зрительных впечатлений» [6].

Визуальная избыточность приводит к размыванию нравственных границ, функцию границы можно сравнить с человеческим иммунитетом, если иммунитет ослаблен, то попадание даже самого незначительного вируса может привести к пагубным последствиям. Поэтому нравственные ценности в отличии от «ложных визуализаций», отвечающих разрушительным факторам человеческого сознания, выступают за сохранение гуманизации общества и формированию моральных ценностей.

Деформация ценностей окружающего мира может возникать под влиянием шоковой визуальной информации. Шок вызывает чрезвычайно острую эмоциональную реакцию, изменяет поведение человека. Эстетический шок в массовой коммуникации является одним из средств коммерческой ре-

кламы для привлечения внимания зрителя к продвигаемому продукту. В неоклассике шоковая эстетика связана с нарушением общепринятых эстетических норм, традиционных вкусов. Специалист по эстетике, доктор философских наук Н.Б. Маньковская в книге «Эстетика на переломе культурных традиций» отмечает, что эстетический шок вызывает отказ от созерцательной позиции, необходимость в том числе и утрачивающего метафоричность физического «делания» [4].

В современном кинематографе эстетический шок используется эмоционально сильными художественными образами, внимание достигается с помощью средств, которые традиционно считаются неприемлемыми по этическим, эстетическим и другим причинам. Трансляция в избытке агрессии и насилия на экране, демонстрация аморальных сцен и атрибутов приводит к размыванию духовно-нравственных ценностей.

Некоторые виды массовой культуры являются приверженцами китча, в котором основное внимание уделяется экстравагантности внешнего облика, крикливости его элементов. Функция кича сосредоточивается на узнавательной, рекреативной функции, это уже не отражение мира, а отображение желаний потребителя. Культуролог Наталья Конрадова расставляет акценты на изменчивости и подвижности условных границ между так называемой элитарной и массовой культурой сегодня. Автор отмечает что, элитарность и массовость сливаются друг с другом, заимствуя формы и образцы для подражания и художественного переосмысления. «Чистые жанры» в массовом искусстве уже давно прекратили свое существование. Их место заняли мозаичность, синтез и коллаж.

С точки зрения элитарности, по результатам исследования китч можно определить по следующим показателям: несоответствие элитарным эстетическим установкам; рыночность и коммерциализированность; ориентация на образец (имитативность и серийность); сентиментальность, сюжетность и занимательность; отрешенность от реального мира; метаисторичность [2]. Китчу характерны постмодернистские признаки посткапиталистического общества — ускорение интеграционных процессов и общество потребления. Его цель — не создание художественных ценностей, а то или иное заявление, демонстрация, самопрезентация.

На основе проделанной работы, на наш взгляд, можно сделать следующий вывод: размывание нравственных ценностей в массовой культуре является следствием визуальной избыточности. Благодаря растущей медиасреде, мы не только воспринимаем вещи по-другому, но и меняем сам принцип видения, трансформируя сознания и понимание образов в целом. Визуальная информация не просто заняла центральное положение в культуре, но и определила стандарты и модели поведения в современном российском обществе.

Можно обозначить современную раздробленность видения, фрагментарность образов «семиотический образ реальности, не претендует на сложные обобщения и философские осмысления» [8], неопределенная целостность смыслов, как ослабление духовно-нравственных приоритетов в обществе.

Список литературы

1. Бердяев Н.А. Экзистенциальная диалектика божественного и человеческого. — АСТ, 2011. — 640 с.
2. Конрадова Н. Китч: не-искусство не-элиты. Этимология и история понятия — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://photo>element.ru/analysis/kitch/kitch.html> — Дата обращения: 14.02.2016.
3. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. — М.: ДМК Пресс, 2006. — 272 с.
4. Маньковская Н.Б. Эстетика на переломе культурных традиций. — М., 2002. — 237 с.
5. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 224 с.
6. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с.
7. Юревич А. В., Ушаков Д. В. Нравственность в современной России. — Психологические исследования. 2009. № 13